

# Obsah

## Úvodem 7

### KAPITOLA 1

## Internetový marketing ve vyhledávačích 9

JAK VYPADÁ INTERNETOVÝ MARKETING VE VYHLEDÁVAČÍCH 9

CO TO JE A JAK FUNGUJE PPC 11

JAK LIDÉ HLEDAJÍ A VNÍMAJÍ VÝSLEDKY HLEDÁNÍ 13

CÍLOVÁ STRÁNKA A NOVÍ ZÁKAZNÍCI 15

JAK ZAČÍT 16

SHRNUTÍ 17

### KAPITOLA 2

## Začínáme se systémem Seznam Sklik 19

REGISTRACE ÚČTU SEZNAM 19

PRVNÍ PŘIHLÁŠENÍ DO SKLIKU 21

SPRAVOVANÉ ÚČTY V SKLIKU 22

NAKUPUJEME KREDIT V SEZNAM PENĚŽENCE 24

SHRNUTÍ 33

## KAPITOLA 3

<b>Vybíráme klíčová slova</b>	<b>35</b>
CO VEDE ZÁKAZNÍKY K NÁKUPU	35
CO TO JSOU KLÍČOVÁ SLOVA	37
JAK URČIT VHODNÁ KLÍČOVÁ SLOVA	38
SHODA A VYLOUČENÍ KLÍČOVÝCH SLOV	45
CHYBNÁ SLOVA A PŘEKLEPY	48
JAK VYUŽÍT TEORII DLOUHÉHO OCASU	50
SEZNAM KLÍČOVÝCH SLOV	51
KOLIK KLÍČOVÝCH SLOV VYBRAT	54
KLÍČOVÁ SLOVA V INZERÁTU A NA CÍLOVÉ STRÁNCE	55
SHRNUTÍ	56

## KAPITOLA 4

<b>Vytváříme první reklamní kampaň</b>	<b>57</b>
CO TO JE REKLAMNÍ KAMPAŇ, REKLAMNÍ SESTAVA A INZERÁT	57
JAK NA ROZPOČET KAMPANĚ	60
VYTVOŘENÍ PRVNÍ KAMPANĚ, SESTAVY A INZERÁTU	63
JAK NA ÚSPĚŠNOU INZERCÍ	69
JAK NA ZNAČKOVÁNÍ INZERÁTŮ PRO GOOGLE ANALYTICS	80
SHRNUTÍ	82

## KAPITOLA 5

<b>Spravujeme kampaň</b>	<b>83</b>
PO VYTVOŘENÍ REKLAMNÍ KAMPANĚ	83
NASTAVENÍ REKLAMNÍ KAMPANĚ	96
PRAVIDLA INZEROVÁNÍ A NEPOVOLENÝ OBSAH	105
ŘEŠENÍ PROBLÉMŮ	107
SHRNUTÍ	110

## KAPITOLA 6

<b>Vyhodnocení a optimalizace kampaně</b>	<b>111</b>
JAK SE ORIENTOVAT VE VÝSLEDČÍCH KAMPANĚ	111
PODLE ČEHO VYHODNOCOVAT ÚSPĚŠNOST KAMPANĚ	114
KOEFICIENT KVALITY	118
ZMĚNY A OPTIMALIZACE INZERÁTŮ	119
VYHODNOCOVÁNÍ KAMPANĚ V GOOGLE ANALYTICS	125
SHRNUTÍ	131

## PŘÍLOHA

<b>Kontrolní otázky</b>	<b>133</b>
OTÁZKY	133
HODNOCENÍ	136
SPRÁVNÉ ODPOVĚDI	137
 <b>Slovníček pojmů</b>	 <b>139</b>
 <b>Rejstřík</b>	 <b>141</b>